

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN
PADA DIVISI *MARKETING COMMUNICATION*
PT META DWIGUNA TRANSCORP**

**FEBRIAN HANDAYANI
8223128285**



Laporan Praktik Kerja Lapangan ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan Gelar Ahli Madya Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2014**

LEMBAR EKSEKUTIF

FEBRIAN HANDAYANI. 2014. 8223128285. **Laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) pada Divisi *Marketing* PT Meta Dwiguna Transcorp (Piaggio) sebagai *Sales Marketing***. Program studi DIII Manajemen Pemasaran. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar ahli madya yang diwajibkan bagi setiap mahasiswa. Penyusunan laporan PKL ini bertujuan untuk memperoleh wawasan, pengetahuan dan pengalaman bekerja dalam bidang komunikasi pemasaran pada PT Meta Dwiguna Transcorp (Piaggio). Tempat PKL dilaksanakan di Jalan Pemuda No.104 Rawamangun, Jakarta Timur. Tugas praktikan selama dua bulan melaksanakan PKL adalah membantu dalam mempromosikan dan memasarkan produk Piaggio.

Kata Kunci: promosi, produk, strategi

ABSTRACT

FEBRIAN HANDAYANI. 2014. 8223128285. **The Report of Field Work Practice (PKL) Division of Marketing at PT Meta Dwiguna Transcorp (Piaggio) as The Sales Marketing.** The study program DIII Marketing Management. Department of Management. Faculty of Economics. State University of Jakarta.

The Report of Field Work Practice (PKL) is structured to meet one of the requirements to earn an associate expert required for each student. Preparation of reports PKL aims to gain insight, knowledge, and experience working in the field of Marketing at PT Meta Dwiguna Transcorp (Piaggio). Place for PKL implement in Jalan Pemuda No. 104 Rawamangun, Jakarta Timur. Task practitioner for two months carrying out street vendors are helping to promote the products of Piaggio

Keywords: Promotions, products, strategies.

LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR
LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

Judul : Laporan Praktik Kerja Lapangan di PT Meta Dwiguna Transcorp

Nama Praktikan : Febrian Handayani

Nomor Registrasi : 8223128285

Program Studi : DIII Manajemen Pemasaran

Menyetujui,

Ketua Program Studi,


Dra. Umi Mardiyati, M.Si

NIP. 19570221 198503 2 002

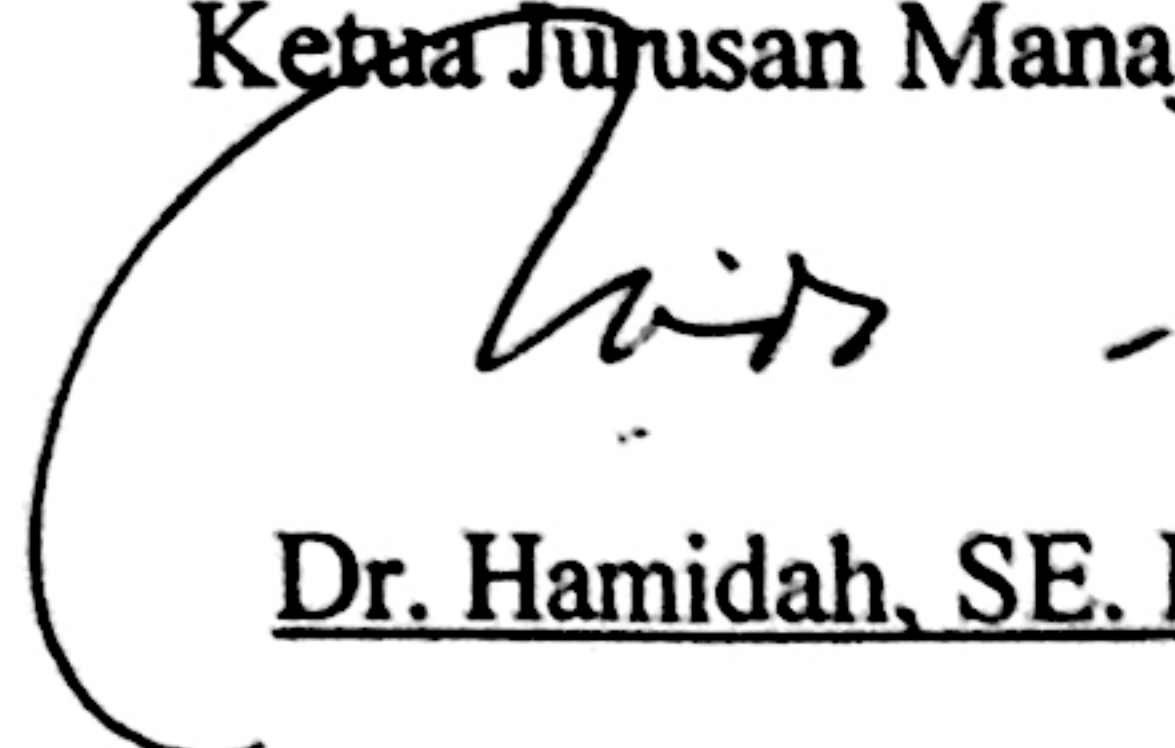
Pembimbing,


Dra. Basrah Saidani, M.Si

NIP. 19630119 199203 2 001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen


Dr. Hamidah, SE. M.Si

NIP. 19560321 198603 2 001

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN

Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Jakarta



Dra. Umi Mardiyati, M.Si
NIP. 195702211985302002

Nama

Tanda tangan

Tanggal

Ketua Penguji

Dra. Umi Mardiyati, M.Si
NIP. 195702211985302002



27 - 01 - 2016
.....

Penguji Ahli

Dra. Solikhah, MM
NIP. 196206231990032001



26 - 01 - 2016
.....

Dosen Pembimbing

Dra. Basrah Saidani, M.Si
NIP. 19630119 199203 2 001



26 - 01 - 2016
.....

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa. Atas segala berkat dan karunia-Nya pada praktikan, akhirnya praktikan dapat menyelesaikan Laporan Praktik Kerja Lapangan yang merupakan syarat kelulusan di Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Praktikan menyadari bahwa laporan pkl ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan berbagai pihak, oleh karena itu praktikan berterimakasih kepada semua pihak yang secara langsung tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian laporan pkl ini. Secara khusus pada kesempatan ini praktikan menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dra, Basrah Saidani, M.Si selaku Dosen Pembimbing.
2. Drs. Dedi Purwana ES, M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Dr. Hamidah, SE, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Dra. Umi Mardiyati, M.Si selaku Ketua Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
5. Pimpinan dan Staff Divisi *Marketing* PT Meta Dwiguna Transcorp (Piaggio).
6. Orang tua, kakak, dan adik..

7. Seluruh kerabat dan teman-teman Prodi Diploma III Manajemen Pemasaran Universitas Negeri Jakarta yang ikut mendukung dalam penyusunan laporan praktik kerja lapangan ini.

Pada akhirnya praktikan berharap semoga Laporan Praktik Kerja Lapangan ini bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan. Praktikan menyadari bahwa Laporan Praktik Kerja Lapangan ini belum sempurna. Oleh karena itu, praktikan mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari seluruh pihak demi kesempurnaan Lapangan Praktik Kerja Lapangan ini.

Jakarta, 17 Desember 2014

Praktikan

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR EKSEKUTIF	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang PKL.....	1
B. Maksud dan Tujuan PKL.....	2
C. Kegunaan PKL.....	3
D. Tempat PKL.....	4
E. Jadwal Waktu PKL.....	4
BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT PKL	
A. Sejarah Perusahaan.....	5
B. Struktur Organisasi.....	7
C. Kegiatan Umum Perusahaan.....	12
BAB III. PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN	
A. Bidang Kerja.....	20
B. Pelaksanaan Kerja.....	20
C. Kendala Yang Dihadapi.....	25
D. Cara Mengatasi Kendala.....	25

BAB IV KESIMPULAN

A. Kesimpulan.....	26
B. Saran-Saran.....	27

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Nomor Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel II.1	Price List PT Meta Dwiguna Transcorp.....	15
Tabel III.1	Kegiatan Kerja Praktikan Harian.....	21

DAFTAR GAMBAR

Nomor Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar II.1	Logo PT Meta Dwiguna Transcorp.....	6
Gambar II.2	Struktur Organisasi Divisi Marketing PT Meta Dwiguna Transscorp.....	8
Gambar III.1	Flowchart Kegiatan di Dalam Kantor.....	24

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor Lampiran	Judul Lampiran
Lampiran 1	Logo Meta Dwiguna Transcorp
Lampiran 2	Surat Keterangan Hasil Praktik Kerja Lapangan
Lampiran 3	Daftar Hadir PKL
Lampiran 4	Penilaian Hasil PKL
Lampiran 5	Form Regsitrase Prospek
Lampiran 6	Form SPK (Surat Pemesanan Kendaraan)
Lampiran 7	Data Penjualan PT Meta Dwiguna Transcorp
Lampiran 8	Price List Mega Finance

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Praktik Kerja Lapangan

Seiring perkembangan perekonomian, kebutuhan masyarakat mengonsumsi barang-barang mewah saat ini semakin meningkat. Hal ini menyebabkan perusahaan sebagai penyedia kebutuhan masyarakat menerapkan strategi pemasaran yang tepat. Kegiatan pemasaran sudah merupakan kebutuhan utama dan suatu keharusan untuk dijalankan. Tanpa kegiatan pemasaran, kebutuhan dan keinginan konsumen tidak akan terpenuhi. Oleh karena itu perusahaan perlu mengemas kegiatan pemasaran terpadu dan terus menerus melakukan penetrasi pasar berupa media promosi yang dapat mempengaruhi konsumen. Untuk menjalankan kegiatan pemasaran perusahaan membutuhkan pekerja yang berkompeten dalam bidang kajian ilmu dan memiliki kemampuan dasar seperti ketrampilan (*skill*), pengetahuan (*knowledge*), dan sikap (*attitude*).

Kemampuan dasar tersebut tidak hanya diberikan melalui kegiatan perkuliahan saja. Guna mendapatkan gambaran yang lebih luas mengenai dunia kerja, Universitas Negeri Jakarta memberikan kesempatan dalam mengaplikasikan teori dan praktik di lapangan. Maka, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta mewajibkan seluruh mahasiswanya untuk melaksanakan program PKL.

Praktik Kerja Lapangan (PKL) menjadi kesempatan bagi praktikan agar dapat mengetahui dan memperoleh pengalaman mengenai situasi dan kondisi dunia kerja

secara nyata. Selain itu, PKL juga digunakan untuk mengaplikasikan teori-teori dan konsep yang telah diajarkan diperkuliahan dalam menyelesaikan pekerjaan dan untuk meningkatkan ketrampilan praktikan dalam pekerjaan.

Perusahaan yang praktikan pilih sebagai tempat pelaksanaan PKL adalah PT Meta Dwiguna Transcorp (Piaggio) merupakan perusahaan penyedia kendaraan bermotor yang terkemuka di Indonesia. Alasan yang mendasari pemilihan PT Meta Dwiguna Transcorp sebagai tempat PKL adalah untuk mengetahui kegiatan dan strategi pemasaran yang dilakukan PT Meta Dwiguna Transcorp.

B. Maksud dan Tujuan Praktek Kerja Lapangan

Maksud PKL adalah:

1. Memenuhi salah satu syarat kelulusan Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran.
2. Mempelajari dan memahami sistem kerja PT Meta Dwiguna Transcorp khususnya dibagian *Sales Marketing*.

Tujuan PKL adalah:

1. Praktikan dapat mengaplikasikan ilmu yang telah didapat dibangku perkuliahan dan mendapat pengalaman bekerja pada Bagian *Sales Marketing* di Divisi *Marketing Communication* di PT Meta Dwiguna Transcorp.
2. Praktikan mampu menjelaskan kegiatan dan aktivitas selama melaksanakan PKL di Divisi *Marketing Communication* PT Meta Dwiguna Transcorp.

C. Kegunaan Praktik Kerja Lapangan

PKL tidak hanya berguna bagi mahasiswa yang bersangkutan tetapi juga bermanfaat bagi universitas, dunia usaha atau instansi terkait. Manfaat tersebut antara lain :

1. Bagi Mahasiswa

- a. Mendapat pengalaman dan pengetahuan secara langsung tentang dunia kerja.
- b. Mengaplikasikan ilmu yang didapat selama perkuliahan di dunia kerja.
- c. Mempersiapkan diri dalam memasuki dunia kerja.

2. Bagi Universitas

- a. Dapat meningkatkan kerjasama antara Universitas Negeri Jakarta khususnya bagi Fakultas Ekonomi dengan perusahaan praktikan melaksanakan PKL.
- b. Sebagai bahan evaluasi program studi DIII Manajemen Pemasaran di Universitas Negeri Jakarta untuk memberikan kurikulum yang sesuai bagi dunia kerja. Sehingga dapat menghasilkan tenaga yang professional.

3. Bagi Perusahaan

- a. Memungkinkan adanya perekrutan karyawan, apabila kualitasnya memenuhi standar yang ditetapkan perusahaan.

- b. Membantu kegiatan operasional perusahaan terutama dibagian *sales marketing*.

D. Tempat Praktik Kerja Lapangan

Praktikan melaksanakan praktik kerja lapangan di PT Meta Dwiguna Transcorp ditempatkan di Divisi *Marketing*, alamat kegiatan praktikan berada di: Dealer Piaggio, Jalan Pemuda No 104 Rawamangun, Jakarta Timur..

No Telp : (021) 47884176

Fax : (021) 47884178

Website : www.id.piaggio.com

E. Jadwal Waktu Praktik Kerja Lapangan

Jadwal waktu PKL dilakukan selama dua bulan dimulai dari tanggal 23 juli 2014 sampai 29 Agustus 2014. Pada hari Senin sampai dengan Jumat PKL dimulai pukul 08.30 s/d 16.00 WIB.

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT PKL

A. Sejarah Perusahaan

PT Meta Dwiguna Transcorp didirikan tahun 2010 di mana telah berkembang menjadi salah satu *main dealer* utama motor Piaggio untuk wilayah penjualan Jakarta Timur, Jakarta Selatan, Bekasi dan Banten.

PT Meta Dwiguna Transcorp adalah bagian dari *MAS Group* yaitu *Holding Company* (*Dealer Mobil* , *Used Car*, Rental Kendaraan, Rental Alat Berat, dan Pendidikan).

PT Meta Dwiguna Transcorp beserta karyawannya berkomitmen untuk menghadapi tantangan pasar global yang kompetitif.

1. Visi dan Misi PT Meta Dwiguna Transcorp

Visi

Yakin dan optimis dalam waktu dekat *brand* Vespa Piaggio dapat bersaing ketat dengan produk-produk sepeda motor lainnya yang menguasai pasar di Indonesia.

Misi

- Pengembangan jaringan 3S (*Sales*, *Service*, dan *Spareparts*) akan tersebar di berbagai lokasi wilayah Jakarta, yang siap melayani konsumen dengan kualitas prima.
- Varian produk yang beragam memberikan banyak pilihan untuk konsumen agar tampil beda dan trendi dengan tampilan prima bersama *pioneer* skuter yang sudah mengembangkan teknologi skuter selama lebih dari 50 tahun.

2. *Logo* dan Filosofi Perusahaan



Gambar II.1

Logo PT Meta Dwiguna Transcorp

Sumber: <http://google.com/logoPTMetaDwigunaTranscorp>

Secara umum perusahaan memiliki *logo* atau lambang. *Logo* adalah sebuah tanda yang memberikan makna atau arti pada perusahaan yang bersangkutan. *Logo* bisa berbentuk huruf, angka, gambar, dan susunan

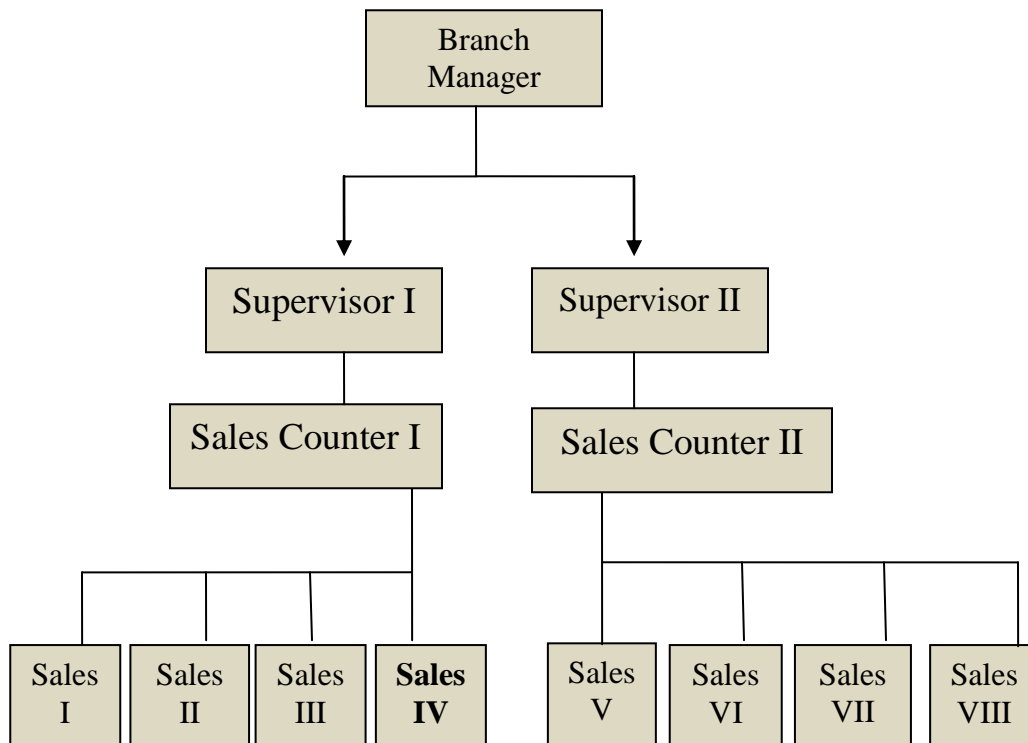
warna dan bentuk. Demikian juga dengan PT Meta Dwiguna Transcorp (Piaggio), yang memiliki *logo* yang berbentuk dua bulatan yang menyatu dengan warna ungu dan biru yang dibawahnya bertuliskan nama perusahaan. Dari logo diatas dapat disimpulkan bahwa PT Meta Dwiguna Transcorp merupakan perusahaan yang berkomitmen dalam meningkatkan kepercayaannya dan memiliki kesan unik kepada konsumen.

PT Meta Dwiguna Transcorp mempunyai *tagline* atau slogan “3S (senyum, salam dan sapa)”. *Tagline* ini mengandung makna nilai kepuasan dan kualitas pelayanan yang didapatkan oleh konsumen setelah menggunakan produk yang diberikan. *Tagline* ini bukan sekedar slogan namun dapat menjadi roh bagi jiwa masing-masing individu karyawan untuk bekerja dengan semaksimal mungkin dan berkomitmen memberikan pelayanan terbaik bagi konsumen PT Meta Dwiguna Transcorp (Piaggio).

B. Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi merupakan kerangka kerja yang menggambarkan hubungan wewenang dan tanggung jawab bagi setiap jenjang yang berdasarkan pada ruang lingkup. Untuk mencapai tujuannya diperlukan struktur organisasi agar terjadi keterpaduan atau koordinasi yang baik, dan memberikan kejelasan dalam memberikan tugas yang telah ditetapkan.

Adapun struktur organisasi dalam seperti dapat dilihat pada gambar II.2



Gambar II.2

Struktur Organisasi Divisi *Marketing* PT Meta Dwiguna Transcorp (Piaggio)

Sumber: Kantor Pusat PT Meta Dwiguna Transcorp

Dalam suatu organisasi atau badan usaha perlu adanya suatu struktur organisasi yang jelas. Dengan adanya struktur organisasi ini maka semua bagian kerja yang merupakan pembentuk struktur mengetahui kedudukan tugas serta tanggung jawab masing-masing sehingga diharapkan dapat tercipta suasana kerja yang baik dan akan mendorong efektifitas dan efisiensi kerja yang memungkinkan tujuan organisasi dapat tercapai. Dalam membagikan fungsi dan tugas dari setiap unit kerja, PT Meta Dwiguna Transcorp (Piaggio) Divisi

Marketing di kelola oleh seorang Kepala Divisi sebagai pemimpin tertinggi dan pengambilan keputusan-keputusan yang penting.

Uraian Tugas dan Wewenang

1. Bagian *Branch Manager*

Tugas dan Tanggung Jawab:

- a. Mengawasi seluruh aktivitas cabang baik dari penjualan maupun setelah penjualan (servis).
- b. Untuk penjualan, dibantu oleh *Supervisor* dimana *supervisor* membawahi beberapa *sales* per-timnya.
- c. Untuk servis, akan dibantu oleh *chief* mekanik yang membawahi mekanik dan administrasi servis.

2. Bagian *Supervisor*

Tugas dan Tanggung Jawab:

- a. Mengarahkan dan mengawasi *sales* yang berada di lapangan untuk memperoleh konsumen.
- b. Menginformasikan kepada para *sales* untuk membuat daftar konsumen ke dalam buku prospek.
- c. *follow up* konsumen untuk menindaklanjuti calon pembeli yang sudah mendapatkan informasi mengenai produk.
- d. Memberi masukan kepada *sales* dalam bentuk motivasi agar memperoleh konsumen dengan baik.

3. Bagian *Sales Counter*

Tugas dan Tanggung Jawab:

- a. Menghampiri *Customer* dengan ramah (tidak duduk di belakang meja *Sales Counter*).
- b. Memberikan 3 S (senyum, salam, sapa).
- c. Memberikan pelayanan terbaik ke *Customer* (menggali kebutuhan *Customer*, memberikan brosur dan menjelaskan produk, dst).
- d. Jika ada *Customer* lain yang datang, meminta ijin *Customer* sebelum meninggalkan: "Maaf Pak/ Bu (sebutkan nama *Customer*), mohon ijin dulu." Memberikan 3S ke *Customer* tersebut dan mempersilakan *Customer* tsb menunggu sebentar. Memanggil Tim Sales (*Sales Executive, Sales Counter, Supervisor*, atau *Branch Manager*) untuk melayani *Customer* tsb.
- e. Jika ada hal lain yang *urgent* (ada telepon atau hal lainnya), meminta ijin *Customer* sebelum meninggalkan: "Maaf Pak/ Bu, mohon ijin untuk (angkat telepon atau hal lain yang urgent)."
- f. Memberikan kartu nama kepada *Customer*: "Permisi Bapak/Ibu, ini kartu nama saya. jika ada pertanyaan mengenai produk kami bisa hubungi saya. Terima kasih Bapak/Ibu."

4. Bagian Sales Marketing

Tugas dan Tanggung Jawab:

- a. Bertanggung jawab terhadap pencapaian target penjualan.
- b. Melakukan aktivitas promosi melalui *flyering*, *canvassing*, dan pameran.
- c. Memberikan penganan yang baik untuk menganggapi keluhan dari konsumen.
- d. Memberikan aktivitas pelayanan kepada konsumen sebelum melayani, saat melayani, dan sesudah melayani konsumen.

Tugas dan tanggung jawab diatas dapat dilakukan oleh sales marketing apabila memiliki kemampuan dasar *sales marketing*, diantaranya adalah:

1. *Attitude*, meliputi:

- | | |
|----------------|---------------------|
| a. Jujur | f. Ramah |
| b. Team Work | g. Disiplin |
| c. Kreatif | h. Pantang menyerah |
| d. Komunikatif | i. Sabar |
| e. Antusias | |

2. *Knowledge*

Sebagai seorang *sales marketing*, pengetahuan mengenai produk yang dijual harus dikuasai. Produk PT Meta Dwiguna Transcorp adalah vespa, produk yang dikategorikan sebagai motor

superior dengan *design* yang elegan tidak meninggalkan unsur klasiknya namun mempunyai teknologi modern. Keunggulan vespa piaggio dari motor yang lain yaitu menggunakan emisi Euro 3, Euro adalah standar emisi kendaraan bermotor di Eropa. Gas emisi yang keluar dari motor sudah diatur kadarnya guna membuat motor menjadi ramah lingkungan dan irit bahan bakar. Semua produk piaggio seperti sprint, primavera, lxv, lx, dll menggunakan ban *tubeless*. Meskipun piaggio merupakan vespa namun sistem pembakaran kendaraan ini menggunakan injeksi elektronik.

3. *Skills*

Kemampuan yang harus dimiliki oleh seorang *sales* marketing salah satunya yaitu komunikasi. Ketrampilan seorang sales dalam berkomunikasi sangat penting guna menciptakan hubungan yang baik dengan konsumen.

C. Kegiatan Umum Perusahaan

PT Meta Dwiguna Transcorp (Piaggio) adalah Authorized Main Dealer Sepeda Motor Vespa Piaggio untuk wilayah Jakarta, yang melayani pembelian unit se JABODETABEK. Berdiri pada awal tahun 2011, PT Meta Dwiguna Transcorp (Piaggio) memiliki komitmen kuat untuk mengembalikan kejayaan brand Vespa Piaggio yang pernah merajai industry kendaraan roda dua di Indonesia 20-30 tahun yang lalu. Selain memperkuat jaringan pasar motor di Indonesia, PT Meta Dwiguna Transcorp (Piaggio) terus berupaya dalam

peningkatan penjualan khususnya di daerah DKI Jakarta. Melalui aktivitas kegiatan berupa canvassing, flyering dan pameran diharapkan PT Meta Dwiguna Transcorp (Piaggio) mampu menarik konsumen dan menambah branch office daerah-daerah JABODETABEK dalam menjangkau konsumen yang ingin mengetahui informasi produk dan membeli produk PT Meta Dwiguna Transcorp (Piaggio).

Adapun bauran pemasaran PT Meta Dwiguna Transcorp (Piaggio) adalah:

1. Product

Dalam hal produk, PT Meta Dwiguna Transcorp (Piaggio) melakukan berbagai macam strategi agar dapat bersaing dan terus berkembang. Berikut daftar produk PT Meta Dwiguna Transcorp:

- a. Piaggio Liberty 100
- b. Vespa s 150 3v
- c. Vespa LXV 150 ie
- d. Vespa Primavera 150 ie
- e. Vespa Sprint 150 3v
- f. Vespa GTS 150 3v
- g. Piaggio Beverly 350
- h. Piaggio MP3 Yourban 300

2. *Price*

PT Meta Dwiguna Transcorp (Piaggio) memiliki *pricing* berupa *price list* dari perusahaan *leasing* yang berbeda. Penetapan harga dari setiap perusahaan leasing pun berbeda-beda. Beberapa faktor yang menyebabkan perbedaan penetapan harga adalah Sifat pasar dan permintaan, Persaingan, Biaya, dan Tujuan pemasaran perusahaan.

Perusahaan *leasing* yang bekerjasama dengan PT Meta Dwiguna Transcorp antara lain:

a. *CS Finance*

Merupakan anak perusahaan dari *BCA Finance*. Perusahaan ini menawarkan kredit kepemilikan kendaraan bermotor. Sistem pembayaran yang digunakan adalah cicilan tetap sepanjang masa kredit. Jadi fluktuasi suku bunga tidak menjadi masalah. Kendaraan yang menggunakan program kredit ini mendapatkan perlindungan asuransi TLO (*Total Lost Only*). Perusahaan ini menawarkan uang muka minimal 25%, dengan masa kredit 12-36 bulan, batas kredit hingga 200 juta rupiah (tergantung merk kendaraan bermotor). Cara pembayaran melalui cabang *CS Finance*, cabang *BCA*, klik *BCA*, *ATM BCA*, kantor pos, dan *auto* debet dari rekening *BCA* (khusus nasabah *BCA*).

b. IMFI (Indomobil *Finance*)

Merupakan perusahaan yang bergerak dalam bisnis jasa pembiayaan kendaraan bermotor dan alat berat. Perusahaan ini menawarkan uang muka minimal 20% dari harga kendaraan dengan jangka waktu 12-48 bulan. Bunga yang ditetapkan perusahaan ini adalah sebesar 3,88%. Untuk mempermudah konsumen melakukan pembayaran angsuran, IMFI melakukan *alternative* metode pembayaran melalui kantor pos, ATM Mandiri, ATM BCA, ATM Bersama, ATM BRI, dan *auto* debet (khusus nasabah BCA dan Mandiri).

c. Mega *Finance*

Merupakan perusahaan jasa pembiayaan kendaraan bermotor. Uang muka yang diberikan Mega Finance minimal 20% dengan jangka waktu angsuran 12-36 bulan. Baca tabel II.1 harga dari setiap perusahaan *leasing*.

Tabel II.1

Price list PT Meta Dwiguna Transcorp

No	Produk	CS <i>Finance</i>	IMFI	Mega <i>Finance</i>
1.	Piaggio Liberty 100	Rp17.300.000,00	Rp17.300.000,00	Rp16.000.000,00
2.	Piaaggio Liberty 100s	Rp17.800.000,00	Rp17.800.000,00	Rp16.000.000,00
	Piaggio			

3.	Liberty 150 ie 2012	-	-	Rp23.900.000,00
4.	Vespa LX 125 Carb	-	-	Rp24.000.000,00
5.	Vespa LX 150 3v	-	-	Rp26.000.000,00
6.	Vespa S 150	Rp29.250.000,00	Rp29.250.000,00	Rp28.250.000,00
7.	Vespa LXV 150 3v ie	Rp33.500.000,00	Rp33.500.000,00	Rp30.600.000,00
8.	Vespa Primavera 150 3v ie	Rp30.800.000,00	Rp30.800.000,00	Rp30.800.000,00
9.	Vespa s 150 3v ie	Rp29.250.000,00	Rp29.250.000,00	-
10.	Vespa sprint 150 3v ie	Rp32.750.000,00	Rp32.750.000,00	-
11.	Vespa GTS 150 3v ie	Rp39.850.000,00	Rp39.850.000,00	-
12.	Piaggio Beverly sport touring 350	Rp175.000.000,00	Rp175.000.000,00	-

Sumber: Price list CS Finance, IMFI, dan Mega Finance

3. Promotion

Bentuk aktivitas promosi pada produk PT Meta Dwiguna Transcorp (Piaggio) menggunakan dua bauran promosi yaitu *direct selling* dan *sales promotion*. *Direct selling* atau penjualan langsung adalah cara memasarkan produk atau jasa langsung kepada konsumen. Sedangkan *sales promotion* adalah insentif atau nilai lebih untuk suatu produk dalam jangka pendek

untuk mendorong pembelian atau penjualan. Bagian dari *direct selling* dan *sales promotion* adalah:

a. *Flyering*

Flyering merupakan bentuk aktivitas promosi yang dilakukan secara tidak langsung. Aktivitas promosi ini merupakan bagian dari *sales promotion*. Promosi *flyering* ini bersifat terselubung dan tanpa menggunakan media, dengan tujuan agar para konsumen mengenali produk yang kita kenalkan. Promosi ini dilakukan dengan cara menyebarkan brosur di tempat yang strategis seperti perumahan, apartmen, sekolah, kantin, masjid, dan tempat keramaian lainnya. Aktivitas promosi ini mempunyai kelemahan yaitu kurang atau bahkan tidak ada calon konsumen yang menghubungi nomor yang tertera di brosur dikarenakan tidak ada penjelasan produk dan tata cara kredit secara lengkap. Namun *flyering* mempunyai keunggulan yaitu pengenalan produk secara luas tanpa harus bertatap muka. Dengan begitu jika konsumen tertarik maka konsumen akan menghubungi nomor yang tertera di brosur dan promosi ini berlanjut ke tahap selanjutnya yaitu *canvassing*.

b. *Canvassing*

Setelah melakukan *flyering* tahap selanjutnya adalah *canvassing*. Bentuk aktivitas promosi ini merupakan bagian dari

direct selling. *Canvassing* bertujuan untuk menyampaikan spesifikasi mengenai produk yang kita jual secara langsung. *Canvassing* dilakukan bersamaan dengan *flyering* dan pameran. Tempat yang dikunjungi saat *canvassing* adalah daerah blok s di Jakarta selatan, *carrefour* MT Haryono, apartmen gading nias, perumahan harapan indah, dan kampus UNJ. Keunggulan dari aktivitas promosi ini adalah adanya peluang besar untuk membujuk konsumen membeli produk yang kita jual. Promosi ini juga mempunyai kelemahan yaitu sulitnya mencari orang yang tepat atau yang tertarik dengan produk yang dijual.

c. Pameran

Pameran merupakan bagian dari *sales promotion*. Bentuk promosi ini dilakukan secara langsung dengan membuka pameran yang menggunakan atribut pameran seperti motor vespa, banner, dan juga brosur. Praktikan bersama dengan sales lainnya membuka pameran di Carrefour MT Haryono yang merupakan *event* yang diselenggarakan oleh perusahaan, praktikan juga membuka pameran sendiri di kantor bea cukai Jakarta Timur, Tiptop rawamangun, blok s, dan UNJ. Dengan demikian konsumen tidak perlu datang ke *dealer* untuk melihat produk yang dijual. Keuntungan dari membuka pameran adalah mudah menarik perhatian konsumen yang berlalu lalang. Kelemahannya

adalah sulitnya mencari tempat untuk membuka pameran sendiri.

Jadi praktikan bisa berulang kali membuka pameran di tempat yang sama.

4. Place

Distribusi mempunyai peranan penting dalam membantu perusahaan menjual produk kepada masyarakat. Untuk menjaring konsumen lebih banyak PT Meta Dwiguna Transcorp menambah saluran distribusi melalui penambahan kantor cabang yang tersebar di wilayah Jakarta, Bekasi, dan Banten. PT Meta Dwiguna Transcorp mempunyai kantor pusat yang strategis di Jalan Pemuda Rawamangun Jakarta Timur. Dan mempunyai 9 kantor cabang yaitu 2 kantor cabang di Jakarta Selatan (Warung Buncit dan Pondok Indah), 4 kantor cabang di Jakarta Timur (Otista, Kramat Jati, Kalimalang, dan Buaran), 2 kantor cabang di Jawa Barat (Bekasi dan Pekayon), dan 1 kantor cabang di Serang, Banten. Dengan demikian jangkauan PT Meta Dwiguna Transcorp ke konsumen semakin luas.

PT Meta Dwiguna Transcorp membeli produk dari Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) yang mengimpor vespa Piaggio dari Vietnam dan Itali. Perusahaan mempunyai gudang untuk menyimpan unit di Jalan Fatmawati, Jakarta Selatan yang siap disalurkan keseluruh kantor cabang PT Meta Dwiguna Transcorp.

BAB III

PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

A. Bidang Kerja

Praktikan melaksanakan kegiatan PKL yang berlangsung selama dua bulan di PT Meta Dwiguna Transcorp (Piaggio) Pemuda, dimana praktikan ditempatkan di Divisi *Marketing* sebagai *Sales Marketing*. *Sales Marketing* bertugas mempromosikan, memasarkan dan menjual produk PT Meta Dwiguna Transcorp (Piaggio) Pemuda bidang otomotif.

B. Pelaksanaan Kerja

Selama pelaksanaan PKL, praktikan mengamati kegiatan pekerjaan *sales* dan *supervisor*. Praktikan menerapkan ilmu yang telah didapat dari perkuliahan dalam menyelesaikan pekerjaan. Tugas yang diberikan pada awal pertemuan PKL adalah pelatihan penjualan yang dilaksanakan di *dealer* Piaggio Kalimalang dan menjaga pameran yang dilaksanakan di tempat yang telah ditentukan oleh PT Meta Dwiguna Transcorp (Piaggio) Pemuda.

Berikut adalah penjelasan dan rincian kegiatan yang dilakukan praktikan selama dua bulan di bagian *Sales Marketing* Divisi *Marketing* PT Meta Dwiguna Transcorp (Piaggio) Pemuda:

1. Membantu *sales* dalam mempromosikan dan menjual produk kepada konsumen melalui *flyering*, *canvassing*, dan pameran.
2. Menjaga pameran di Carrefour MT Haryono bersama *sales* lainnya.
3. Membuka *stand* di tempat yang berpotensi.
4. *Follow up customer*.
5. Mencatat dan menyusun kembali hasil *canvassing* pada *form* registrasi prospek.

Tabel III.1

Kegiatan Kerja Praktikan Harian

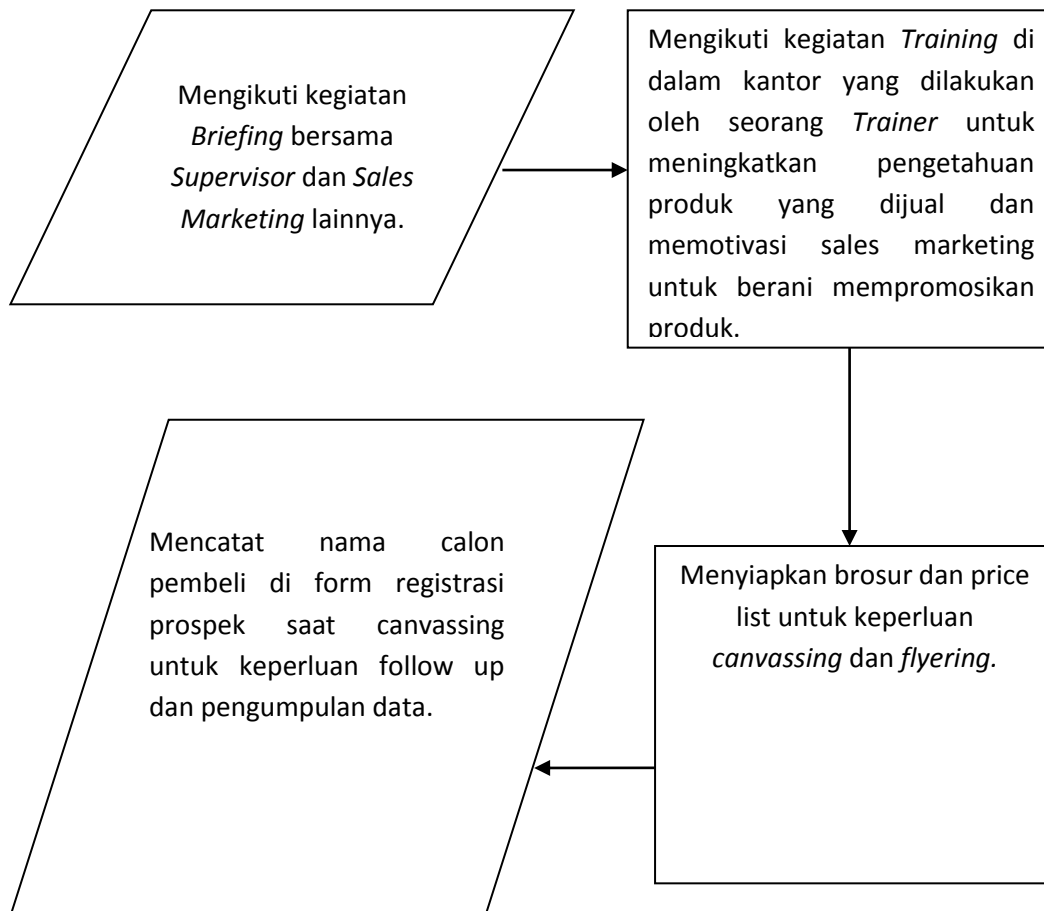
Tanggal	Kegiatan
23 Juni 2014	Perkenalan dengan karyawan PT Meta Dwiguna Transcorp, dilanjutkan dengan training dan memberi arahan pekerjaan yang akan dilakukan oleh praktikan.
24 Juni 2014	Pengajaran tentang <i>Marketing Communication</i> dengan praktek secara langsung menjaga <i>event</i> pameran <i>piaggio</i> di Carrefour cabang MT Haryono.
25 Juni 2014	<i>Briefing</i> di kantor pusat <i>piaggio</i> , dilanjutkan <i>flyering</i> ke <i>Grand Indonesia</i> .
26 Juni 2014	<i>Briefing</i> di kantor pusat <i>piaggio</i> , dilanjutkan <i>flyering</i> dan <i>canvassing</i> ke blok s Jakarta Selatan.
27 Juni 2014	<i>Briefing</i> di kantor pusat <i>piaggio</i> , menjaga <i>counter</i> di kantor pusat.
30 Juni 2014	<i>Briefing</i> di kantor pusat <i>piaggio</i> , dilanjutkan <i>canvassing</i> ke taman suropati.
1 Juli 2014	<i>Briefing</i> di kantor pusat <i>piaggio</i> , dilanjutkan <i>canvassing</i> ke tempat perbelanjaan Tip Top Rawamangun.
2 Juli 2014	<i>Briefing</i> di kantor pusat <i>piaggio</i> , dilanjutkan <i>canvassing</i> ke taman Menteng.
3 Juli 2014	<i>Briefing</i> di kantor pusat <i>piaggio</i> , dilanjutkan <i>flyering</i> ke gedung pusat perkantoran Anz, Sudirman.
4 Juli 2014	Rapat pengenalan produk baru.

7 Juli 2014	<i>Briefing</i> di kantor pusat <i>piaggio</i> , dilanjutkan <i>canvassing</i> ke perumahan Cipinang indah.
8 Juli 2014	<i>Briefing</i> di kantor pusat <i>piaggio</i> , dilanjutkan <i>flyering</i> ke daerah Blok S.
9 Juli 2014	<i>Briefing</i> di kantor pusat <i>piaggio</i> ,dilanjutkan <i>flyering</i> ke harapan indah.
10 Juli 2014	<i>Briefing</i> di kantor pusat <i>piaggio</i> , dilanjutkan <i>canvassing</i> ke apartemen gading nias.
11 Juli 2014	<i>Briefing</i> di kantor pusat <i>piaggio</i> , dilanjutkan <i>flyering</i> ke gading nias.
14 Juli 2014	<i>Briefing</i> di kantor pusat <i>piaggio</i> , <i>follow up customer</i> .
15 Juli 2014	<i>Briefing</i> di kantor pusat <i>piaggio</i> , dilanjutkan <i>flyering</i> ke kampus A UNJ.
16 Juli 2014	<i>Briefing</i> di kantor pusat <i>piaggio</i> , dilanjutkan <i>flyering</i> ke perumahan griya bintang indah.
17 Juli 2014	ijin
18 Juli 2014	<i>Briefing</i> di kantor pusat <i>piaggio</i> , dilanjutkan <i>flyering</i> ke Masjid Subulussalam, Bekasi setelah sholat jumat.
21 Juli 2014	<i>Briefing</i> di kantor pusat <i>piaggio</i> , dilanjutkan <i>flyering</i> dan <i>canvassing</i> ke damkar rawasari.
22 Juli 2014	<i>Briefing</i> di kantor pusat <i>piaggio</i> , dilanjutkan menjaga pameran <i>piaggio</i> di kantor pusat Pertamina.
23 Juli 2014	sakit
24 Juli 2014	<i>Briefing</i> di kantor pusat <i>piaggio</i> , dilanjutkan <i>canvassing</i> ke seven eleven cempaka putih.
25 Juli 2014	<i>Briefing</i> di kantor pusat <i>piaggio</i> , dilanjutkan <i>flyering</i> ke Masjid Baiturrahman, Rawamangun setelah sholat jumat.
26 Juli 2014-3 Agustus 2014	Liburan Hari Raya Idul Fitri.
4 Agustus 2014	<i>Briefing</i> di kantor pusat <i>piaggio</i> , dilanjutkan <i>flyering</i> dan <i>canvassing</i> ke kantor bea cukai.
5 Agustus 2014	<i>Briefing</i> di kantor pusat <i>piaggio</i> , <i>flyering</i> dan <i>canvassing</i> di <i>Intiland Tower</i> .
6 Agustus 2014	<i>Briefing</i> di kantor pusat <i>piaggio</i> , dilanjutkan <i>canvassing</i> ke <i>Intiland Tower</i> .
7 Agustus 2014	<i>Briefing</i> di kantor pusat <i>piaggio</i> , dilanjutkan <i>flyering</i> ke tempat perbelanjaan Carrefour cempaka putih.
8 Agustus 2014	<i>Briefing</i> di kantor pusat <i>piaggio</i> , dilanjutkan <i>flyering</i> ke Masjid istiqlal setelah sholat jumat.
11 Agustus 2014	<i>Briefing</i> di kantor pusat <i>piaggio</i> , membuka <i>stand</i> di kantor bea cukai.
12 Agustus 2014	<i>Canvassing</i> di cluster taman sari harapan indah.

13 Agustus 2014	<i>Canvassing</i> di cluster taman sari harapan indah.
14 Agustus 2014	<i>Briefing</i> di kantor pusat <i>piaggio</i> , dilanjutkan <i>flyering</i> ke mall arion, Rawamangun.
15 Agustus 2014	<i>Briefing</i> di kantor pusat <i>piaggio</i> , dilanjutkan <i>flyering</i> ke Masjid al hidayah, Bekasi setelah sholat jumat.
18 Agustus 2014	<i>Briefing</i> di kantor pusat <i>piaggio</i> , dilanjutkan <i>flyering</i> ke pusat perbelanjaan <i>Grand Indonesia</i>
19 Agustus 2014	<i>Briefing</i> di kantor pusat <i>piaggio</i> , dilanjutkan <i>flyering</i> ke mall kelapa gading.
20 Agustus 2014	<i>Briefing</i> di kantor pusat <i>piaggio</i> , dilanjutkan <i>flyering</i> dan <i>canvassing</i> di mall kelapa gading.
21 Agustus 2014	<i>Briefing</i> di kantor pusat <i>piaggio</i> , dilanjutkan <i>canvassing</i> ke bank mandiri kcp juanda.
22 Agustus 2014	<i>Briefing</i> di kantor pusat <i>piaggio</i> , dilanjutkan <i>canvassing</i> ke Apartemen Gading Nias.
25 Agustus 2014	<i>Briefing</i> di kantor pusat <i>piaggio</i> , dilanjutkan <i>canvassing</i> ke Apartemen Gading Nias.
26 Agustus 2014	<i>Briefing</i> di kantor pusat <i>piaggio</i> , dilanjutkan <i>canvassing</i> ke Apartemen Gading Nias.
27 Agustus 2014	<i>Briefing</i> di kantor pusat <i>piaggio</i> , dilanjutkan <i>canvassing</i> ke Apartemen Gading Nias.
28 Agustus 2014	<i>Briefing</i> di kantor pusat <i>piaggio</i> , dilanjutkan <i>canvassing</i> ke Apartemen Gading Nias.
29 Agustus 2014	Penilaian mengenai kinerja dan hasil pekerjaan praktikan yang diamati oleh <i>Senior Sales</i> dalam pengambilan nilai PKL.

Sumber: Data Hasil Olahan Praktikan

Selain itu, praktikan juga membuat *flowchart* yang berkaitan dengan kegiatan kerja praktikan di luar kantor (*Event*) dan di dalam kantor sebagai berikut:



Gambar III.1
Flowchart Kegiatan di Dalam Kantor

Sumber: Data Hasil Olahan Praktikan

C. Kendala yang Dihadapi

Selama pelaksanaan PKL di PT Meta Dwiguna Transcorp (Piaggio)

Pemuda praktikan menemui kendala yaitu:

1. Sulit menemukan orang yang tepat dan tertarik dengan vespa.
2. Sulitnya mencari tempat untuk pameran.

D. Cara Mengatasi Kendala

1. Praktikan mengadakan pameran bersama *sales* lainnya di tempat yang dapat menarik banyak konsumen dan didalamnya berisi orang-orang yang berpotensi membeli produk Piaggio. Praktikan juga melakukan kegiatan *canvassing* dan menyebarkan iklan melalui media *electronic* seperti *broadcast blackberry messenger*.
2. Praktikan mengadakan pameran ditempat yang sama selama 1 minggu agar lebih efektif.

BAB IV

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Setelah praktikan melaksanakan PKL selama dua bulan di PT Meta Dwiguna Transcorp (Piaggio) Pemuda, maka praktikan mencoba menarik beberapa kesimpulan. Berikut beberapa kesimpulan yang diperoleh praktikan setelah melaksanakan PKL:

1. Selama menjalankan Praktik Kerja Lapangan (PKL), praktikan dapat mengaplikasikan ilmu yang didapat dibangku. Praktikan menggunakan 2 bauran promosi yaitu *direct selling* dan *sales promotion*. *Direct selling* yaitu berupa *canvassing* dan pameran. Dan *sales promotion* yang berupa *flyering*.
2. Praktikan dapat menjelaskan kegiatan dan aktivitas perusahaan selama melaksanakan praktik kerja lapangan (PKL) pada bagian *Sales Marketing* di Divisi *Marketing* PT Meta Dwiguna Transcorp (Piaggio) Pemuda, dimana Bagian *Sales Marketing* merupakan bagian yang berkenaan dengan kebijakan dan strategi mengenai promosi dan penjualan produk PT Meta Dwiguna Transcorp (Piaggio) Pemuda. Dimana ide dan gagasan yang dituangkan pada *media* promosi merupakan kunci utama untuk bagian *Sales Marketing* memikat dan menarik konsumen.

B. Saran

Berdasarkan pengalaman selama melaksanakan PKL, praktikan melalui laporan PKL ini bermaksud memberikan saran. Agar di masa yang akan datang dapat menjadi bahan pembelajaran dan masukan yang positif, sehingga dapat dijadikan acuan untuk perbaikan bagi pihak-pihak terkait. Adapun saran yang dapat praktikan berikan adalah:

1. Perlunya peningkatan kreatifitas *Marketing* Bagian *Sales Marketing* mengenai strategi promosi dan penjualan. Baik melalui *training* ataupun penambahan fasilitas pendukung, agar perusahaan dapat meminimalkan pengeluaran dan mendapatkan profit yang lebih sehingga mampu bersaing dengan perusahaan lain.
2. Pengawasan serta bimbingan penuh terhadap *sales* untuk membangun semangat *sales marketing* dalam melakukan promosi. Hal ini sangat penting untuk meningkatkan penjualan setiap individu yang berdampak langsung pada peningkatan penjualan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Company Profile, Jakarta: PT Meta Dwiguna Transcorp Jakarta Timur.

FE UNJ, Pedoman Praktik Kerja Lapangan, Jakarta: FE Universitas Negeri Jakarta, 2012.

Kantor Pusat PT Meta Dwiguna Transcorp Jakarta Timur: Struktur Organisasi Divisi.

Marketing PT Meta Dwiguna Transcorp, Uraian Tugas dan Wewenang.

http://indomobilfinance.com/public/news/view/title/cara_bayar_angsuran_20121001114626/ctgr/customer/m/4 (Diakses tanggal 1 februari 2015 pukul 22.27)

ikokz14.blogspot.com/2013/10/makalah-penetapan-harga.html (Diakses tanggal 1 februari 2015 pukul 01.02)

Lampiran 1



META DWIGUNA
T R A N S C O R P

Lampiran 2

PT. META DWIGUNA TRSCORP

Jl. Pemuda no. 104 A, Rawamangun – Jakarta Timur
Telp : (021) 4788 4174 - 4788 4176
Fax : (021) 4788 4178



SURAT KETERANGAN

No: 13/XIV/Pemuda/2014

Jakarta, 01 September 2014

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Febrian Handayani

N.I.M : 8223128285

Benar telah mengikuti On The Job Training di PT Meta Dwiguna Transcorp dari Juli 2014 hingga Agustus 2014 dengan baik.

Demikian surat keterangan ini di buat agar dapat di pergunakan sebagaimana mestinya.

Hormat kami,



Abdul Syakur
Branch Manager

Lampiran 3



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

FAKULTAS EKONOMI

Gedung R Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telp : (021) 4721227, Fax : (021) 4706285
www.unj.ac.id/fe

**DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
..... SKS**

Nama : FERIAN HANUSYANI
No. Registrasi : 9223123285
Program Studi : D2 Pemasaran
Tempat Praktik : PT. Meta Dwiguna Transcorp
Alamat Praktik/Telp :

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin, 23 Juni 2014	1. <i>[Signature]</i>	
2.	Selasa, 24 Juni 2014	2. <i>[Signature]</i>	
3.	Rabu, 25 Juni 2014	3. <i>[Signature]</i>	
4.	Kamis, 26 Juni 2014	4. <i>[Signature]</i>	
5.	Jumat, 27 Juni 2014	5. <i>[Signature]</i>	
6.	Senin, 30 Juni 2014	6. <i>[Signature]</i>	
7.	Selasa, 1 Juli 2014	7. <i>[Signature]</i>	
8.	Rabu, 2 Juli 2014	8. <i>[Signature]</i>	
9.	Kamis, 3 Juli 2014	9. <i>[Signature]</i>	
10.	Jumat, 4 Juli 2014	10. <i>[Signature]</i>	
11.	Senin, 7 Juli 2014	11. <i>[Signature]</i>	
12.	Selasa, 8 Juli 2014	12. <i>[Signature]</i>	
13.	Rabu, 9 Juli 2014	13. <i>[Signature]</i>	
14.	Kamis, 10 Juli 2014	14. <i>[Signature]</i>	
15.	Jumat, 11 Juli 2014	15. <i>[Signature]</i>	

Jakarta, 29.08.2014.

Penilai,

[Signature]
md-transcorp
(..... R. u.)

Catatan :

Format ini dapat diperbanyak sesuai kebutuhan

Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Gedung R Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220

Telp : (021) 4721227, Fax : (021) 4706285

www.unj.ac.id/fe

DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
..... SKS

Nama : FEBRIAN HANDAYANI
No. Registrasi : 8223105835
Program Studi : D3 Pemasaran
Tempat Praktik : PT. META DWIGUNA TRANS CORP
Alamat Praktik/Telp :

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin, 14 Juli 2014	1. h	ijin
2.	Selasa, 15 Juli 2014	2. h	
3.	Rabu, 16 Juli 2014	3. h	
4.	Kamis, 17 Juli 2014	4. h	
5.	Jumat, 18 Juli 2014	5. h	
6.	Senin, 21 Juli 2014	6. h	sakit
7.	Selasa, 22 Juli 2014	7. h	
8.	Rabu, 23 Juli 2014	8. h	
9.	Kamis, 24 Juli 2014	9. h	
10.	Jumat, 25 Juli 2014	10. h	
11.	Senin, 4 Agustus 2014	11. h	
12.	Selasa, 5 Agustus 2014	12. h	
13.	Rabu, 6 Agustus 2014	13. h	
14.	Kamis, 7 Agustus 2014	14. h	
15.	Jumat, 8 Agustus 2014	15. h	

Jakarta, 28.08.2014.

Penilai,


md-transcorp (..... R. u.)

Catatan :

Format ini dapat diperbanyak sesuai kebutuhan

Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan



Building
Future
Leaders

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Gedung R Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220

Telp : (021) 4721227, Fax : (021) 4706285

www.unj.ac.id/fe

DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
..... SKS

Nama : FEBRIAN HANDEYANI
No. Registrasi : 8223128285
Program Studi : D2 Pemusatan
Tempat Praktik : PT. META DWIGUNA TRANS CORP
Alamat Praktik/Telp :

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin, 11 Agustus 2014	1. h	
2.	Selasa, 12 Agustus 2014	2. h	
3.	Rabu, 13 Agustus 2014	3. h	
4.	Kamis, 14 Agustus 2014	4. h	
5.	Jumat, 15 Agustus 2014	5. h	
6.	Sabtu, 16 Agustus 2014	6. h	
7.	Selasa, 19 Agustus 2014	7. h	
8.	Rabu, 20 Agustus 2014	8. h	
9.	Kamis, 21 Agustus 2014	9. h	
10.	Jumat, 22 Agustus 2014	10. h	
11.	Senin, 25 Agustus 2014	11. h	
12.	Selasa, 26 Agustus 2014	12. h	
13.	Rabu, 27 Agustus 2014	13. h	
14.	Kamis, 28 Agustus 2014	14. h	
15.	Jumat, 29 Agustus 2014	15. h	

Jakarta, 29. 08. 2014.

Penilai,


md-transcorp
(..... R. W.)

Catatan :

Format ini dapat diperbanyak sesuai kebutuhan

Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan

Lampiran 4



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Gedung R Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220

Telp : (021) 4721227, Fax : (021) 4706285

www.unj.ac.id/fe

PENILAIAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN
PROGRAM DIPLOMA III
..... SKS

Nama : FEBRIAN HANDAYANI
No.Registrasi : 8223128255
Program Studi : D3 manajemen pemasaran
Tempat Praktik : PT. Mita Dwiguna Transcorp Craggio
Alamat Praktik/Telp : Jln. Rawda no. 104 A. Rawamangun - Jakarta Timur

NO	ASPEK YANG DINILAI	SKOR 50-100	KETERANGAN				
1	Kehadiran	70	1. Keterangan Penilaian : Skor Nilai Predikat 80-100 A Sangat baik 70-79 B Baik 60-69 C Cukup 55-59 D Kurang				
2	Kedisiplinan	70					
3	Sikap dan Kepribadian	73					
4	Kemampuan Dasar	70					
5	Ketrampilan Menggunakan Fasilitas	80					
6	Kemampuan Membaca Situasi dan	70					
	Mengambil		2. Alokasi Waktu Praktik : 2 sks : 80-160 jam kerja efektif (2 Minggu s.d 1 bulan) Nilai Rata-rata : <div><div>788 = 78,8</div><div>10 (sepuluh)</div></div> Nilai Akhir : <table><tr><td>7,5</td><td>B</td></tr><tr><td>Angka bulat</td><td>huruf</td></tr></table>	7,5	B	Angka bulat	huruf
7,5	B						
Angka bulat	huruf						
7	Keputusan	95					
8	Partisipasi dan Hubungan Antar Karyawan	70					
9	Aktivitas dan Kreativitas	70					
10	Kecepatan Waktu Penyelesaian Tugas	70					
	Hasil Pekerjaan						
Jumlah		788					


Jakarta 29 Agustus 2014

Penilai :

 (..... R. M.)

Catatan :
Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan

Lampiran 5



META DWIGUNA
TRANSCORP

S - FP

FORM REGISTRASI PROSPEK		BULAN	TANGGAL	TAHUN	Cold	Warm	Hot
CABANG	:				*) Hanya dicentang oleh Supervisor		
SUPERVISOR	:				NOMOR REGISTRASI :		
SALESMAN	:				*) Diisi oleh Supervisor saat Interview		
KONSUMEN							
NAMA	:				ALAMAT PROSPEK :		
LOKASI PROSPEK	:				KOTA :		
					TELP [RMH] :		
					[HP] :		
KOMENTAR PROSPEK							
Beli	:	() Ya () Tidak			Ket :		
Type Unit	:						
Warna	:						
Rencana Pembelian	:						
Cara Pembayaran	:						
ANALISA SALESMAN		TANGGAL FOLLOWUP			Nama & Tanda Tangan		
		1					
		2					
		3					
					SUPERVISOR		

Lampiran 6

No : PD 02022

MD - TRANSCORP
 Authorized Main Dealer of PIAGGIO
 Jl. Pemuda No. 104 Rawamangun Jakarta Timur
 ☎ : 021 - 4788 4174, 4788 4176 Fax : 021 - 4788 4178



**META DWIGUNA
TRANSCORP**

SURAT PESANAN KENDARAAN

Tanggal :

DATA KONSUMEN	
NAMA PEMBELI	: TATI
TGL-LAHIR	: / / No. KTP.
ALAMAT	:
KOTA	: Kode POS.
TELEPON	: E-mail :
NAMA STNK	:
ALAMAT STNK	:

DATA MOTOR	JENIS TRANSAKSI		
		CASH	KREDIT
TYPE :	OTR / DP		
WARNA :	DISC.		
TAHUN :	SISA		
Catatan :	TANDA JADI		
.....	SISA		
.....	LEASING		

SYARAT & KETENTUAN

- Harga yang tercantum dalam Surat Pesanan ini mengikat.
- Surat Pesanan ini bukan merupakan bukti pembayaran.
- Pembayaran dianggap sah apabila ada Kwitansi Resmi + Stempel MD - Transcorp.
- Pembayaran dengan Giro / Cek dianggap sah apabila dana sudah masuk ke Rek. MD - Transcorp.
- Pesanan yang dibatalkan oleh konsumen, maka tanda jadi akan dipotong 50%.
- Jika pengajuan pembiayaan ditolak oleh leasing, maka tanda jadi di kembalikan 100%.
- Pembayaran hanya dapat diterima melalui transfer ke :

No. Rek. : 4133100001
 Bank : BCA KCP Kelapa Gading Villa
 A/N : PT. META DWIGUNA TRANSCORP

No. Rek. : 006-0088000991
 Bank : Mandiri KCP Jakarta Pemuda
 A/N : PT. META DWIGUNA TRANSCORP

Pemesan	Salesman	Supervisor	Branch Manager

Lembar 1. Admin ;

Lembar 2. Konsumen ;

Lembar 3. SPV ;

Lembar 4. Finance






Informasi & Keluhan

dccr@md-transcorp.com

Lampiran 7

NO	CODE	CABANG	MARET	APRIL	MEI	JUNI	JULI	KETERANGAN
1	10	Warung Buncit	81	82	41	61	71	
2	20	Otista	34	32	24	21	16	
3	30	Bekasi	46	53	35	40	41	
4	40	Kramat Jati	41	39	32	22	36	
5	50	Serang	13	20	10	15	11	
6	60	Kali Malang	35	24	32	31	41	
7	70	Buaran	21	15	31	14	24	
8	80	Pondok Indah	55	60	46	47	62	
9	88	Pemuda	69	32	49	39	38	
		TOTAL	395	357	300	290	340	

Lampiran 8

    							MDJKT 140715						
TYPE	DP	12	18	24	30	36	TYPE	DP	12	18	24	30	36
SPRINT 150 3V IE 32.750.000	8,100	2,564	1,875	1,524	1,338	1,206	VESPA GTS 150 3V IE 39.850.000	10,000	3,060	2,236	1,809	1,597	1,437
	9,000	2,475	1,811	1,472	1,293	1,167		11,000	2,964	2,166	1,753	1,548	1,398
	10,000	2,377	1,740	1,403	1,251	1,122		12,000	2,868	2,067	1,667	1,500	1,350
	11,000	2,279	1,669	1,346	1,181	1,078		13,000	2,772	1,999	1,613	1,420	1,275
	12,000	2,186	1,581	1,290	1,132	1,021		14,000	2,676	1,931	1,559	1,373	1,233
	13,000	2,088	1,511	1,233	1,072	965		15,000	2,580	1,863	1,501	1,306	1,163
	14,000	1,994	1,441	1,188	1,035	934		16,000	2,484	1,795	1,447	1,248	1,123
	15,000	1,905	1,390	1,131	986	891		17,000	2,389	1,727	1,398	1,204	1,076
	16,000	1,806	1,319	1,084	937	847		18,000	2,293	1,659	1,342	1,159	1,049
	17,000	1,707	1,257	1,026	898	803		19,000	2,148	1,549	1,254	1,082	967
VESPA PRIMAVERA 150 3V 30.800.000	18,000	1,611	1,185	969	849	770	LIBERTY 100 \$ 17.800.000	20,000	2,053	1,481	1,200	1,036	927
	6,500	2,506	1,807	1,460	1,256	1,124		3,500	1,500	1,094	885	780	702
	7,000	2,458	1,772	1,432	1,233	1,103		4,000	1,452	1,060	857	756	680
	8,000	2,361	1,703	1,377	1,186	1,062		4,500	1,404	1,011	814	732	659
	9,000	2,264	1,635	1,322	1,139	1,020		5,000	1,356	978	787	692	621
	10,000	2,168	1,566	1,267	1,032	979		5,500	1,308	943	760	669	600
	11,000	2,071	1,497	1,212	1,045	937		6,000	1,261	909	731	636	565
	12,000	1,974	1,428	1,157	999	896		6,500	1,213	875	704	607	546
	13,000	1,878	1,359	1,102	952	854		7,000	1,165	841	680	585	522
	14,000	1,781	1,290	1,047	905	813	LIBERTY NST 2014 18.100.000	7,500	1,117	807	652	562	508
VESPA \$ 150 IE 3V 25.250.000	15,000	1,684	1,221	992	858	771		8,000	1,068	773	625	539	484
	16,000	1,578	1,152	937	811	730		8,500	1,026	744	603	522	469
	6,000	2,400	1,730	1,398	1,203	1,076		4,000	1,485	1,071	865	744	666
	7,000	2,304	1,661	1,342	1,156	1,034		4,500	1,437	1,036	837	721	645
	8,000	2,207	1,592	1,287	1,109	993		5,000	1,389	1,002	810	697	624
	9,000	2,110	1,524	1,232	1,062	952		5,500	1,340	968	782	674	604
	10,000	2,013	1,455	1,177	1,015	910		6,000	1,292	933	755	651	583
	11,000	1,917	1,386	1,122	969	869		6,500	1,244	899	727	627	562
	12,000	1,820	1,317	1,067	922	827		7,000	1,195	864	700	604	542
	13,000	1,723	1,248	1,012	875	786	LXV 150 IE 3V 33.500.000	7,500	1,147	830	672	581	521
VESPA \$ 150 3V IE 29.750.000	14,000	1,626	1,179	957	828	744		8,000	1,099	795	645	557	500
	15,000	1,530	1,110	902	781	703		8,500	1,050	761	617	534	479
	16,000	1,433	1,041	847	734	661		9,000	1,002	727	590	510	459
	17,000	1,336	972	792	688	620		6,600	2,765	1,993	1,610	1,385	1,239
	6,000	2,450	1,766	1,426	1,228	1,098		7,000	2,726	1,965	1,588	1,366	1,222
	7,000	2,353	1,697	1,371	1,181	1,056		8,000	2,630	1,897	1,533	1,320	1,181
	8,000	2,257	1,628	1,316	1,134	1,015		9,000	2,533	1,828	1,478	1,273	1,140
	9,000	2,160	1,559	1,261	1,087	974		10,000	2,436	1,759	1,423	1,226	1,098
	10,000	2,063	1,491	1,206	1,040	932		11,000	2,340	1,691	1,368	1,179	1,057
	11,000	1,967	1,422	1,151	993	891	MP3 TOURER SPORT 300 200.000.000	12,000	2,243	1,621	1,313	1,133	1,015
BEVERLY 350 SPORT TOURING 175.000.000	12,000	1,870	1,353	1,096	947	849		13,000	2,146	1,553	1,258	1,086	974
	13,000	1,773	1,284	1,041	900	808		14,000	2,050	1,484	1,203	1,038	932
	14,000	1,676	1,215	986	853	766		15,000	1,953	1,415	1,148	992	891
	15,000	1,579	1,146	931	806	725		16,000	1,856	1,346	1,093	945	849
	16,000	1,483	1,007	876	759	683		80,000	11,957	8,587	6,928	5,953	5,304
	17,000	1,356	1,008	821	712	642		90,000	11,006	7,915	6,394	5,501	4,906
	70,000	10,469	7,519	6,066	5,212	4,644		100,000	10,056	7,243	5,860	5,049	4,509
	80,000	9,519	6,847	5,532	4,760	4,246		110,000	9,105	6,571	5,326	4,598	4,111
	90,000	8,568	6,175	4,998	4,309	3,849		120,000	8,155	5,899	4,793	4,146	3,714
	100,000	7,618	5,503	4,465	3,857	3,451		130,000	7,278	5,304	4,340	3,779	3,405
	110,000	6,667	4,831	3,931	3,405	3,054		140,000	6,350	4,656	3,831	3,355	3,036
	120,000	5,775	4,220	3,461	3,021	2,727		150,000	5,385	3,969	3,282	2,887	2,622
	130,000	4,840	3,564	2,945	2,588	2,349		160,000	4,465	3,330	2,784	2,475	2,267
	140,000	3,914	2,919	2,441	2,169	1,987		170,000	3,490	2,634	2,225	1,997	1,842

SYARAT KREDIT PERORANGAN:

- Fotocopy KTP Suami & Istri, KK.
- Dokumen lain (bila diperlukan).

KETERANGAN:

- Uang muka sudah termasuk Biaya Administrasi & Asuransi.
- Harga & angsuran tidak mengikat sebelum kendaraan diterima.
- Mega Finance berhak menolak permohonan tanpa harus menjelaskan alasannya.
- Aplikasi yang telah diterima tidak dapat diminta kembali.

Silahkan hubungi kami di :



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Gedung R Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220

Telp : (021) 4721227, Fax : (021) 4706285

www.unj.ac.id/fe

*Building
Future
Leaders*

KARTU KONSULTASI PEMBIMBINGAN PENULISAN PKL

1. Nama Mahasiswa	: FEBRIAN HANDAYANI	5. Judul PKL	: Laporan Praktek Kerja Lapangan
2. No. Registrasi	: 233309425		
3. Program Studi	: D3. PEMASARAN		: PT. Mega Rungga Transcorp
4. Dosen Pembimbing	: Bk. BASAH SAIDANI		
	NIP. 19630119 199203 2 001		

NO	TGL/BLN/THN	MATERI KONSULTASI	SARAN PEMBIMBING	TANDA TANGAN PEMBIMBING
1	20/11/2014	Perbaiki Bab 1 & 2		Bk. Bk.
2	19/12/2014	Perbaiki Bab 3 & 4		Bk. Bk.
3	19/12/2014	ACC		
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
SETUJU UNTUK UJIAN PKL				Bk.

Catatan :

1. Kartu ini dibawa dan ditandatangani oleh Pembimbing pada saat konsultasi
2. Kartu ini dibawa pada saat ujian PKL, apabila diperlukan dapat dipergunakan sebagai bukti pembimbingan